

Revista

FAMECOS

mídia, cultura e tecnologia

Comunicação Intercultural

Direitos autorais e a pirataria: uma polêmica na realidade virtual

Copyrights and piracy: virtual reality polemics

DARIO DE AZEVEDO NOGUEIRA JÚNIOR

Professor da Universidade Federal do Espírito Santo – UFES.

<dazevedojr@yahoo.com.br>

RESUMO

Este artigo suscita a reflexão se a partir da aprovação de leis específicas contra a pirataria, é possível restringir a troca de arquivos na rede entre os usuários. O artigo evidencia que a comunicação está cada vez mais interativa e segmentada e que, portanto, o indivíduo constrói frequentemente na Internet as suas próprias conexões independentemente da supervisão estatal ou do controle das empresas da mídia.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Mobilização interativa; Pirataria.

ABSTRACT

This article raises the reflection from the adoption of specific laws against piracy, it is possible to restrict the exchange of files between users on the network. Highlighting that communication is more interactive and targeted, and therefore often the individual constructs their own Internet connections unwittingly from state supervision, or control of media companies.

KEYWORDS: Communication; Mobilization interactive; Piracy.

As leis e a distribuição de informação em rede

Atualmente, vários países estão criando normas e formas jurídicas que visem a coibir, proibir e punir os disseminadores de informações nas plataformas multimídias. O parlamento francês, em 2009, ensaiou uma tentativa de aprovar uma lei que permitiria às autoridades rastrear *downloads* ilegais na internet e cortar a conexão de quem transgredisse as regras. Isto gerou manifestações contrárias e favoráveis à lei *Création et Internet* ou *Hadopi*¹, colocando em evidência um dos grandes paradigmas enfrentados pela indústria da mídia atualmente, que é a velocidade da distribuição em rede dos seus produtos e a descentralização da informação. O que, paradoxalmente, não traduz, aparentemente neste momento, os anseios do mercado multinacional das empresas de mídia, uma vez que, certamente, o número de espectadores aumentou exponencialmente e, por conseguinte, o que era um dos maiores objetivos do mercado da comunicação, ter o público consumidor ampliado, visando o lucro com o maior número de vendas aos consumidores dos seus produtos, agora esbarra em um efeito inerente às novas tecnologias – a pirataria digital.

Em relação à lei *Hadopi* ou *Création et Internet*, o Conselho Constitucional da França julgou inconstitucional alguns dispositivos da lei francesa. Entre os argumentos do Conselho para vetar a lei estavam: que a liberdade de comunicação e de expressão é direito fundamental protegido pela *Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão* de 1789 e que, atualmente, dada a importância da *Internet* para a aquisição de informação e para a plena democracia, deve-se garantir o livre acesso à rede; Outro aspecto é que a lei, caso fosse aprovada, permitiria ao órgão *Hadopi* a possibilidade de restringir o acesso dos usuários, sem apreciação judicial, o que foi considerado inconstitucional; por fim, a *Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão* concede a presunção de inocência a todo o indivíduo. No texto da lei, o ônus da prova caberia ao acusado, pois o usuário da *Internet* cujo IP fosse identificado deveria provar que a ação não

foi executada por ele, o que daria margem a culpabilidade presumida, algo que fere a Declaração.

No Brasil, a proposição da lei *Création et Internet* já faz escola entre parlamentares brasileiros. O projeto de lei 5.361/09 de autoria de um deputado brasileiro é totalmente inspirando no projeto francês. Pela proposta do parlamentar brasileiro, o pilar da medida seria o de restringir o acesso aos usuários que fizerem *downloads* ou compartilhamento de arquivos de obras protegidas pelo direito autoral, e a medida não seria nem mesmo precedida de ordem judicial, dando amplos poderes ao provedor, que teria autonomia para desconectar o internauta.

Outro projeto, que segue a mesma tendência dos demais, já está em tramitação no parlamento brasileiro, conhecido pelos manifestantes contrários ao projeto de *AI-5 Digital*. Segundo o *site Cultura livre*, o texto da lei poderá transformar provedores de acesso em centros de espionagem e delação, além de favorecer interesses privados de bancos e outros.

Nos Estados Unidos, o projeto de lei *Stop Online Piracy Act*, também conhecido pela sigla SOPA, foi apresentado aos parlamentares americanos por um grupo bipartidário de legisladores em outubro de 2011, valendo remarcar que este projeto contou com o apoio de grandes empresas de entretenimento nos EUA, como: *The Walt Disney Company, Universal Music Group, Motion Picture Association of America, Recording Industry Association of America, Wal-Mart, Toshiba, Time Warner, CBS* entre outras tantas.

O núcleo do projeto – SOPA – é que, em caso de aprovação, a lei autorizaria o Departamento de Justiça americano e os detentores de direitos autorais a obter ordens judiciais contra *sites* que estejam “facilitando” o compartilhamento ou “infringindo” os direitos autorais. Ainda de acordo com o mesmo projeto-lei, entre outras medidas, o procurador-geral dos Estados Unidos poderia requerer que as empresas americanas não mais realizassem negócios com *sites* indicados como “facilitadores” da informação,

e, que, até mesmo os domínios destes fossem incluídos como não existentes nos mecanismos de busca da *web*. A consequência destas medidas foi uma grande mobilização interativa mundial contrária ao *Stop Online Piracy Act* e ao arquivamento do projeto.

Nesse sentido, diante das tentativas de vários parlamentos, ao redor do mundo de restringir a distribuição da informação, podemos constatar que, neste início de século XXI, a informação está cada vez mais globalizada, e com uma nova fórmula: interativa, descentralizada e segmentada. As corporações mudam suas estratégias de marketing, em conformidade com a rede mundial, propiciando uma interatividade *online* entre os consumidores, forçando as empresas a se tornarem mais abertas. As agremiações políticas concorrem com indivíduos que lançam nas comunidades virtuais temas variados. O Estado também sofre transformações na sua conduta de controle social. Então, poderíamos indicar que mudamos de uma sociedade de massas para uma nova ordem de informação? A lei seria capaz de acabar com uma característica cultural do gratuito na rede? E os indivíduos estariam agindo, mesmo que, desorganizadamente, ao contrário da lógica de massas, buscando a informação descentralizada, ou seria uma nova forma de ação do *mass media*? Estes são alguns dos aspectos para esta proposta reflexiva.

O momento da comunicação interativa, segmentada e descentralizada

Wolf (1987), ao estudar o conceito de comunicação de massas entre os pesquisadores no início do século XX, indica que o surgimento das teorias da sociedade de massa representa um dos primeiros momentos do esforço da doutrina para compreender a influência dos meios de comunicação junto ao grande público. O interesse dos estudiosos, deste período centrava-se no entendimento dos aspectos psicológicos das ações coletivas, sendo que um tema central se destacava – o da propaganda. Para estes

autores, a comunicação da mídia atuaria como estímulo sobre os indivíduos receptores e que de uma forma passiva aceitariam as informações constituindo desta maneira uma massa de consumidores da propaganda comercial, ou até mesmo, política.

Lasswell, um dos expoentes das teorias de massa nos anos de 1940, estudou os efeitos das mensagens da propaganda, o papel do comunicador e do receptor. Estes estudos corroboraram para que a noção de cultura de massas passasse a ter uma importância bastante apreciável na lógica do consumo industrial levando em consideração que, das prerrogativas do mercado, a possibilidade de cultura em direção a um grande público cruza uma dimensão de consumo até então sem distinção. Pelo menos, se é que podemos denominar assim, este foi o ideal concebido por alguns espíritos “generosos” que concebiam a lógica do mercado industrial dos anos 1930, seguido pelos neoliberais dos anos 1950. No entanto, esta mesma dinâmica de estrutura social também criou um antagonismo em escala global - o poder de compra do consumidor, reforçando, por sua vez, castas sociais e culturais.

A partir dos anos 1990, como indica Gohn (2000, p. 45), “o debate sobre as teorias de massa tomou outros rumos devido às novas tecnologias de comunicação. Passa-se a falar mais em termos de cultura das mídias, cibercultura dentre outras. Há uma dessocialização da cultura de massa e uma separação entre cultura e economia”. Para Touraine (1997, p. 12), “a cultura de massa penetra no espaço privado, ocupa uma parte dele e, como reação, reforça a vontade política e social de defender uma identidade cultural, o que conduz ao recomunitarismo” ou seja, a globalização proporciona um movimento oposto, levando os grupos minoritários, através das novas redes de comunicação interativa, como o celular, a internet e outras ferramentas, a afirmar as suas identidades e a reduzir as suas relações com o resto da sociedade - transformando um sistema de sociedade de massas para uma sociedade segmentada. No entanto, isto não significa que estejamos em uma sociedade mais igualitária a partir das novas

tecnologias, mesmo com toda a possibilidade de se criar um espaço de conflito, de informação e distribuição em rede, pois como Maffesoli evidencia:

“

É óbvio que, apesar de todas as precauções, (“igualdade proporcional”, por exemplo), estamos longe do igualitarismo [...] Não é menos verdade que encontramos neste travejamento cultural ao mesmo tempo uma solidariedade real, ainda que limitada ao grupo ou, pelo menos, ao que é proxêmico, e uma maneira de viver o antagonismo.”

(Maffesoli, 1998, p. 161)

O que gostaria de suscitar ao debate é que, neste século XXI, as expectativas da concepção de uma sociedade de massas, agora com as novas tecnologias de comunicação, opõem-se com o desmentido do fato de que não há um público, mas vários públicos, e que, sobre tudo, o *indivíduo/público* tem a possibilidade de interação, formação e informação entre si, independentemente, da gerência do Estado, ou de uma grande empresa de mídia. Assim, a informação não está centralizada nem estandardizada. Estamos na era da *cibercultura*, na qual a mídia não surge apenas como obra maquiavélica de controle sobre a sociedade, como nas teorias de comunicação de massa, mas um organismo cultural, social, econômico e político, intrínseco à sua característica tecnológica de ser um canal de comunicabilidade interativo que vai além do controle social.

A este propósito, verificando que a pirataria seria algo inerente ao *cibermercado*, gostaria de citar dois autores em momentos distintos, mas que nos dão alguns indícios para provocar esta discussão. O primeiro, Pierre Lévy, no capítulo originalmente

sugestivo intitulado a *Informação e conhecimento: consumo não destrutivo e apropriação não exclusiva*:

“

Ora, os novos recursos chaves são regidos por duas leis que tomam pelo avesso os conceitos e os raciocínios econômicos clássicos: consumi-los não os destrói, e cede-los não faz com que sejam perdidos [...] Na verdade, vivemos já mais ou menos sob esse regime, mas continuamos a nos servir dos instrumentos doravante inadequados da economia da raridade.”

(Lévy, 1997, pp. 55- 56)

A partir desta premissa teórica de Lévy, é possível sugerir que a aplicação de regulamento aliado aos interesses da economia de mercado não seria totalmente suficiente para controlar o compartilhamento e a redistribuição de informações na rede até o momento, haja vista que os indivíduos dessa nova sociedade já começam a perceber a possibilidade de desenhar um novo modelo de comunicação a partir da *web*, que substitua o modelo clássico. Neste sentido, a segunda ponderação a que faço referência é o trabalho de Mason (2008), observando que a cultura da redistribuição em rede abre uma nova possibilidade social, não somente das informações que são produzidas no espaço virtual, mas a partilha da produção material estaria mais próxima dos cibercidadãos, sem necessariamente o conhecimento do autor-produtor.

Alguns fatos e dados reforçam esta nova prática social no cotidiano dos usuários da *Internet*, como o ranking dos países com o maior número de arquivos ilegais. De acordo com o relatório da *Business Software Alliance* (BSA), em 2009, os Estados Unidos lideravam o bloco dos países com o maior número de *software* pirata do

mundo, seguidos pela China, Rússia, França, Brasil, Alemanha e entre muitos outros. Dois anos antes, segundo o Blog especializado em tecnologia, *Infoescravo*, em 2007, a Espanha ocupava o primeiro lugar dos países com o maior tráfego de arquivos ilegais ou piratas, seguida por Itália e França. O Brasil ocupava a sexta posição, atrás do Reino Unido.

Uma pesquisa feita em setembro de 2008 em cinco países (Estados Unidos, Alemanha, Reino Unido, Japão, e Brasil) pela Deloitte (2009) consultoria, intitulada *O futuro da mídia: as conexões de um mundo cada vez mais complexo*, apresentou dados que corroboram com outros estudos de campo como: Os *downloads* de *softwares* e, principalmente, músicas, vídeos e livros tem alta incidência na faixa de usuários dos vinte e seis anos a quarenta e dois anos. Estes trabalhos demonstram a evolução da comunicação *online*.

O site português *Palco Principal*, especializado em música, aponta que os *downloads* ilegais tem sido uma constante entre os universitários americanos, mesmo contando com a fiscalização da *Recording Industry Association of America* – RIAA, sinalizando um aspecto cultural importante da contemporaneidade entre os internautas. De acordo com as informações do site, em 2007, as cinco Universidades com o maior número de práticas contrárias aos direitos autorais foram: Ohio, Purdue, Nebraska, Tennessee e South Carolina. Os alunos utilizaram os computadores das universidades, lembrando que este método continua a imperar entre os estudantes.

Em estudo realizado com universitários da cidade de São Paulo, Gisela Castro verifica que “apesar das campanhas movidas pela indústria fonográfica que visam criminalizar o *download* gratuito, esta continua sendo prática corriqueira entre esses jovens” (Castro, 2007, p. 73). A professora também informa no seu artigo que, para os entrevistados, o exercício de baixar arquivos não é considerado propriamente um crime, tornado-se uma prática normal na cultura atual.

Isto denota o que Castells observa como marca cultural: “as próprias mensagens carregam os atributos da rede, de penetrabilidade, descentralidade e flexibilidade” (Castells, 1999, p. 381). No entanto, também acredita que “essa evolução para as formas de gerenciamento e produção em rede não implica o fim do capitalismo [...] Mas esse tipo de capitalismo é profundamente diferente de seus predecessores históricos” (Castells, 1999, p. 499).

De uma maneira bastante incomum entre os defensores da distribuição de dados livres na *Internet*, Mason (2008) também não considera que a pirataria seja o fim do capitalismo: ao contrário. Ele crê que a distribuição e compartilhamento livre de dados, legal ou ilegal, oferece novas possibilidades além do mercado tradicional. Para o autor, está emergindo um ótimo modelo de negócios, que irá despontar a uma nova linhagem de capitalismo, onde a produção em larga escala subsiste, mas de forma mais democrática, a que ele denomina de *capitalismo punk*.

Este efeito colateral da comunicação interativa demonstra que os sujeitos, estão criando uma comunicação horizontal com o mercado e com grupos de interesse. Neste propósito, Dertouzos (1997) argumenta que essa tendência não é percebida somente na mídia, mas, a indústria começa a atender as necessidades do público de forma individualizada.

As leis e a mobilização interativa

Mas, o que essas leis, citadas no início deste trabalho, teriam em comum para o nosso estudo? A relevância está no fato de que todas as proposições de projeto de lei antipirataria causaram uma mobilização em rede.

Neste sentido, Rheingold (2003), introduz o conceito das *multidões inteligentes*, abalizado na ideia de que a evolução das tecnologias de comunicação está proporcionando às pessoas uma capacidade de mobilização coletiva. Para ele, estas

mobilizações são constituídas por pessoas que, mesmo sem se conhecerem, agem em grupo, e isto se daria não somente pela *Internet*, sob a forma de páginas virtuais, mas também o uso de *softwares* de compartilhamento de arquivos, fóruns e o uso de aparelhos sem fio, como celulares e computadores de mão.

Tanto no Brasil, Estados Unidos quanto na França foi possível constatar esta mobilização. Os ativistas franceses, contrários à lei, fizeram várias manifestações na rede e indicavam que os internautas poderiam usar *hotspots* públicos e endereços de IP mascarados para driblar a vigilância. No Brasil, a mobilização também é visível: abaixo-assinado virtual contando com milhões de assinaturas que parte de uma crescente reação a estes projetos, troca de e-mails e discussões on-line e outras tantas manifestações organizadas desta maneira. Nos Estados Unidos, as reações contrárias ao projeto lei – SOPA – foram marcadas pela maior mobilização em rede em janeiro de 2012.

Sites também protestaram, como o Google, que alterou sua página inicial cobrindo de preto o seu logotipo; o Wikipedia retirou as suas informações do ar por um dia e ainda as empresas que atuam na Internet, Facebook, Twitter, Mozilla, Yahoo e uma infinidade de outras empresas, organismos de direitos humanos e internautas evidenciaram o dia 18 de janeiro como a data contra projetos de lei antipirataria. A blogosfera obteve sucesso em aterrorizar os congressistas americanos levando, inclusive, o proponente da lei, Lamar Smith, a pedir o arquivamento do projeto, o que demonstra uma nova maneira de se fazer política, pois possibilita ao indivíduo uma capacidade de organização comunicacional com vários grupos. Neste rumo, Nogueira Junior (2003), considera que não somente as empresas de mídia teriam a capacidade de agendar os temas a serem debatidos pela opinião pública, mas os movimentos sociais notoriamente o teriam, e que o surgimento das novas tecnologias de comunicação coloca o indivíduo comum, independentemente de afiliação partidária ou sindical,

também ao patamar de ser um agente propositivo de temas a serem discutidos pelas pessoas.

Podemos ilustrar, ainda, outro aspecto de mobilização interativa ocorrido em 2010, com o *site*, evidenciando uma experiência da grande potencialidade de disseminação, informação e interatividade da internet, gerando um conflito entre os interesses comerciais e políticos dos Estados Unidos e um negócio “despretensioso” – cujo único produto é a informação que se pretende ocultar – podendo ajudar a desnudar o sistema sobre o qual muito se fala e que poucos conhecem.

A margem da profusão de vazamentos que todos os dias circulam pela rede mundial, e que tem uma pequena parcela publicada diariamente em jornais de todo os continentes, mesmo levando em consideração as velhas teorias conspiratórias, a população mundial vai se dando conta de que a imprensa tradicional não é capaz de informar, em sua totalidade, todos os ângulos da notícia sobre como as coisas realmente funcionam. Prova disto, é que novos vazamentos de documentos são postados no Wikileaks, tendo como exemplo o fato exposto no *site* de Julian Assange, os bastidores das negociações sobre as mudanças climáticas e os acordos em torno de bilionárias operações de socorro a bancos e fundos de investimentos mais poderosos a partir da crise de 2008. Estes episódios indicam que os governos, com as suas tentativas de criação de leis visando o cerceamento de liberdade de interação entre internautas, não são capazes de dominar a preferência dos leitores quanto à escolha de credibilidade da fonte de informação, colocando em xeque, desta maneira, e mostrando a fragilidade dos poderes nacionais diante do avanço das tecnologias de informação e comunicação em prol da mobilização interativa entre os usuários da internet.

Valendo ressaltar que a tentativa de sufocar o *site* do australiano Julian Assange provocou uma reação em cadeia de *hackers* profissionais e amadores ao redor do planeta. Como resultado, os *sites* de empresas como a Amazon, o sistema de

pagamentos eletrônicos PayPal, a Mastercard e outras organizações sofreram retaliações na *web*. Com isso, mostrando que o “novo” inimigo dos Estados Nacionais pode ser uma horda de internautas sem líderes que se move por sua própria conta e vontade, podendo crescer exponencialmente e causar prejuízos muito mais graves que os constrangimentos provocados até agora pelo vazamento de intrigas diplomáticas, políticas e econômicas através do Wikileaks.

Compartilhamento de informação: O crescimento do consumo da banda larga, computadores e aparelhos de tecnologia

Outro aspecto de relevância para explicar, em parte, o aumento da possibilidade da mobilização interativa em rede e compartilhamento de informações, além de outras considerações sociais e econômicas é o crescente número da aquisição de conexões banda larga no mundo conjuntamente com o aumento no número de aquisição de celulares, computadores e outras tecnologias móveis. O estudo consolidado *Balanço Huawei da Banda Larga 2011* conclui que o acesso a serviços de banda larga móvel e fixa vem crescendo, e muito, no mundo e, em especial, nos países em desenvolvimento, como Brasil e China. E tendo como destaque o aumento de serviços de dados:



No Japão, por exemplo, mais de 50% da receita líquida das operadoras é representada por uso de dados; nos Estados Unidos, 40%; na Europa esse número já supera os 30%. No Brasil, a receita bruta de dados representou 20,9% da receita de serviços das operadoras em 2011, sendo que essa tendência de crescimento é estimulada pela crescente venda de smartphones, mesmo com o aumento de 27,4% nos preços desses aparelhos no último trimestre do ano passado.

Outros dados interessantes são a continuidade do crescimento das receitas provenientes do serviço de voz, de 9,4% no quarto trimestre de 2011 com relação ao mesmo período do ano anterior e, pela primeira vez, o decréscimo da quantidade de acessos GSM, de 199,5 milhões em dezembro de 2011 para 199 milhões em fevereiro deste ano.

De acordo com estimativas da União Internacional de Telecomunicações (UIT), a banda larga móvel no mundo cresceu 26,2% em 2011, enquanto que a banda fixa apresentou um aumento de 12,1%. No Brasil e no mundo, o WCDMA/HSPA continua sendo a principal tecnologia para o fornecimento de banda larga móvel."

(Huawei, 2011, s/p)

Ainda, segundo o relatório da BSA (2010), em todo o mundo foi registrado um aumento de dois por cento nos níveis de uso de *software* ilegal entre 2008 a 2009. O relatório indica que este aumento seria pelo crescimento do mercado de computadores na China, Índia e no Brasil. Ainda, conforme o estudo, os três países emergentes representariam oitenta e seis por cento do crescimento de vendas de computadores no mundo. Este mesmo trabalho também destaca o impacto da crise econômica mundial sobre o mercado de computadores e similares que teria caído três por cento em relação a 2008. No entanto, o impacto para a queda da pirataria seria que em 54% e em onze países avaliados houve uma diminuição; em 38% se manteve estável; em 19% cresceu, devido ao momento econômico favorável de alguns países emergentes.

No caso específico do Brasil, com tantas disparidades sociais e culturais, de acordo com os dados da empresa de consultoria IDC (2009), associando o uso de computadores a internet, os brasileiros aparecem no topo da pesquisa com internautas residenciais de dez países que mais horas passam conectados à rede. O estudo realizado em maio de

2008 apresenta os usuários no Brasil com um total, em média, de vinte e três horas e quarenta e oito minutos, à frente de alemães (vinte horas e onze minutos), americanos (dezenove horas e cinquenta e dois minutos) e franceses (dezenove horas e cinquenta minutos). Ainda a mesma pesquisa apresenta um crescimento, em média, de dez por cento na venda de computadores em relação ao ano anterior ao estudo, dado que mostra a relevância da conexão interativa no país, pois a renda per capita da população em sua grande maioria ainda é muito baixa se comparada a outros países da pesquisa.

Quanto a serviços gratuitos, a pesquisa Deloitte (2009) apresenta índices bastante reveladores no que concerne à receptividade do consumidor brasileiro às mensagens como informação ou conteúdo gratuito para setenta e três por cento dos entrevistados. O estudo ainda indica que noventa e dois por cento dos investigados no Brasil fazem *downloads* de música na rede e setenta e seis por cento assistem a filmes e vídeos em geral.

Outro componente relevante da relação do internauta brasileiro ao acesso à rede é que, em face da diversidade cultural, social e da extensão do país, existe uma parcela considerável dos usuários que não acessam a rede a partir de computadores residenciais. O Centro de Estudo sobre as Tecnologias da Informação e Comunicação (CETIC) indica que o uso de *lanhouses* tem grande importância na relação do grande público com a internet, em especial nas classes sócio-econômicas menos favorecidas dos grandes centros urbanos e na área rural do país.

É necessário ainda citar a Tecnologia Assistiva, área que engloba práticas e serviços para a atividade e a participação de pessoas com deficiência. De acordo com Áurea Lopes (2009), o estado mais avançado nesta metodologia é São Paulo que, através de trezentos e dez telecentros, disponibiliza instalações adaptadas para receber os portadores de deficiência física, o que proporciona a inclusão digital, somente na capital paulista, de pelo menos meio milhão de pessoas.

Todos estes dados servem para ilustrar que, mesmo em um país com tantas diferenças, a internet é uma realidade da prática cotidiana em todas as classes sociais. Estas pesquisas também confirmam que o compartilhamento de arquivos em rede é uma realidade no Brasil e, sobretudo, no mundo contemporâneo.

Direitos autorais e o gratuito

A guerra do *copyright* ou, melhor dizendo, a luta entre a indústria do entretenimento e a utilização da tecnologia digital a favor dos piratas da *web*, em mais de duas décadas, já teve vários desdobramentos como, em 1997, a criação do ato jurídico nos Estados Unidos, *Net Act*, que torna crime distribuir conteúdo protegido sem autorização. Em seguida, 1999, surge o Napster, que seria o primeiro serviço popular de troca de música reunindo 25 milhões de usuários. Em 2000, Recording Industry Association of America – RIAA – inicia vários processos contra usuários que baixam MP3 pela internet. A criação do Bit Torrent em 2001 inspira *sites* onde é possível baixar de graça músicas e filmes. A operadora *Comcast* foi denunciada na rede, em 2007, por proibir os usuários dos seus serviços a abater-se dos dados via Bit Torrent. O iTunes, 2009, foi a loja virtual pioneira em desistir das travas contra cópias de música de arquivos *DRM*. Em 2012, os protestos dos internautas contra o projeto de lei SOPA e o fechamento do *site* Megaupload, que guardava arquivos sem monitorar sua procedência, reunido 150 milhões de usuários, é o ponto alto entre os que querem a liberdade de compartilhamento em rede e a disputa pelos direitos autorais. Todos estes fatos, são alguns dos muitos elementos que denotam uma oposição, neste momento, entre a tecnologia e os interesses comerciais, trazendo como resultado as forças opostas representadas de um lado pelo Estado/Indústria, em coibir o compartilhamento de informações, e, de outro, pelos internautas em se mobilizarem interativamente.

Dito isto, ainda há que se ressaltar alguns aspectos entre direitos autorais e a pirataria nos dias atuais. Um dos grandes problemas de mercado, enfrentados pela indústria cinematográfica e da música, é a velocidade da distribuição entre os internautas ou vendedores ambulantes que reproduzem inúmeras cópias e comercializam a um preço simbólico se comparado ao das cópias originais, o que é muito comum nas ruas de qualquer cidade do Brasil. Um lançamento de filme chega aos camelôs quase que simultaneamente com o cinema, graças aos equipamentos que podem ser considerados hoje como domésticos. A tecnologia propicia aos usuários estabelecerem trocas de arquivos independentemente da autorização e do conhecimento do proprietário. Ao mesmo tempo, o número de pessoas que passam a ter contato com a obra é muito maior, demonstrando, desta maneira, que o cerne da questão, ao que parece para as companhias, é como fazer com que os produtores recebam os direitos autorais das cópias, e não que as pessoas estejam distribuindo as obras ao maior número de pessoas. Para tanto, Vianna argumenta:

“

Historicamente, a preocupação com a tutela dos direitos de autores de obras intelectuais é bastante recente. Na Antiguidade e na maior parte da Idade Média as dificuldades inerentes aos processos de reprodução dos originais, por si só, já exerciam um poderoso controle da divulgação de ideias, pois o número de cópias de cada obra era naturalmente limitado pelo trabalho manual dos copistas.

Com a invenção da imprensa, os soberanos sentiam-se ameaçados com a iminente democratização da informação e criaram um ardiloso instrumento de censura, consistente em conceder aos donos dos meios de produção dos livros o monopólio da comercialização dos títulos que editassem, a fim de que estes, em contrapartida, velassem para que o conteúdo não fosse desfavorável à ordem vigente.

Esta perversa simbiose entre o poder dominante e os donos de meios de produção de livros não visava tutelar qualquer direito de autor, mas tão-somente garantir o monopólio de reprodução das obras, daí por que foram chamados de copyright (direito de cópia)."

(Vianna, 2006, p. 934)

O autor, em seu artigo, orienta que o tema dos direitos autorais tem um cunho histórico, uma vez que, "a propriedade intelectual remonta, às origens do sistema capitalista, quando, por pressão dos autores de obras intelectuais, toma-se por propriedade um ente incorpóreo que em rigor é *trabalho intelectual*" (Vianna, 2006, p. 935). O autor ainda ilustra a essência da discussão na atualidade quando lança mão de dois exemplos:

“

Um proprietário de um apartamento, por exemplo, tem interesse no uso exclusivo do imóvel, pois é evidente que não se sentiria confortável com a presença de pessoas estranhas em sua sala, cozinha ou banheiro. Já o autor de um livro ou o compositor de uma música tem justamente o interesse oposto. [...] Por fim, somente ao proprietário cabe o direito de alienar (doar, permutar ou vender) a coisa, pelo óbvio motivo de que ao fazê-lo perderá os direitos de dela usar e fruir. O autor, porém, nada perde com a cópia da sua obra. Pelo contrário, quanto mais pessoas lerem seus textos, ouvirem sua música e apreciarem a sua arte, tanto mais reputação ganhará na sociedade. A obra intelectual, como seu próprio nome indica (lat. opèra,ae 'trabalho manual'), não é, pois, uma espécie de propriedade, mas simplesmente trabalho intelectual. "

(Vianna, 2006, p. 935)

Este contexto demonstra o que as novas tecnologias vêm acendendo para as práticas sociais do agora. Pois, apesar de termos a possibilidade de compartilhamento de ideias, um texto etc., para alguns, o que vale é restringir a distribuição em *prol* dos direitos autorais. Mas, independente da norma, os usuários já praticam a troca de dados, legal ou ilegalmente. Neste sentido, alguns estudiosos sugerem que impreterivelmente a informação na rede marcha para o gratuito. Esta polêmica é motivo de reflexão para Lévy:

“

A solução que parece delinear-se para o problema da economia do virtual e do atual é a seguinte: o bem virtual seria contabilizado, traçado e representado, mas gratuito, inteiramente livre para circular sem obstáculos e para se misturar a outros bens virtuais. O preço da atualização seria indexado conforme o contexto corrente, dependendo do ambiente e do momento. Esse valor poderia ser fixado cooperativamente por grupos de usuários em mercados livres ou Bolsas da informação.”

(Lévy, 1997, p. 67)

O autor destaca a prática do gratuito como algo a ser analisado pois, segundo ele, “As instituições e profissões fragilizadas pela desintermediação e o crescimento da transparência só poderão sobreviver e prosperar no ciberespaço efetuando sua migração de competências para organização da inteligência coletiva e do auxílio à navegação” (Lévy, 1997, p. 63).

Cris Anderson (2009), proponente da teoria da cauda longa, indica que o futuro das informações na rede será livre. O autor exemplifica vários produtos que são

ofertados na perspectiva do gratuito e que, segundo ele, existem dois modelos de *free*, os produtos que são palpáveis e outros que existem digitalmente. “Em sua forma física, os produtos gratuitos são basicamente um truque de marketing. Para os digitais, o *free* é um modelo econômico imbatível”. E conclui: “Se um produto pode ser concebido digitalmente, ele pode ser gratuito. E não se trata de truque” (Anderson, 2009, p. 9). Para tanto, Anderson considera que a *Internet* é uma fonte de armazenamento de dados inesgotável. E que, graças a isso, no futuro, mais serviços serão gratuitos. Ele ainda avalia que a crise econômica estaria mudando a fonte de renda do modelo *free* para o *freemium*, que seria a oferta de um produto básico gratuitamente e cobra-se pela versão mais atualizada ou com mais recurso.

Algumas empresas já começaram a ser render ao “gratuito” e a ganhar muito dinheiro com isto. A grande representante desta prática é a Google. Entre os muitos serviços livres que a companhia oferece foi criado o Google Docs em 2007. O *site* disponibiliza livremente um pacote de programas de edição de texto, planilhas eletrônicas, apresentação de slides, entre outras tantas opções. Em contra partida, a empresa passa a ter mais informações dos seus usuários, podendo ter uma receita maior na venda de propagandas.

O presidente da Microsoft, Steve Ballmer, em palestra na Universidade de Stanford em 2008, proferiu que o desenvolvimento de *softwares* para disponibilizar livremente na rede é muito importante, e indicou que, em um futuro próximo, as ferramentas como Word, Excell e PowerPoint circularão livremente na *web*. O pagamento virá por conta da publicidade que flutuará no ambiente de trabalho.

Então, como explicar que as empresas comecem a seguir a lógica do gratuito, o que seria diametralmente oposta à luta destas grandes corporações contra a pirataria? Em face desta dicotomia, lanço mão das observações do professor Francis Balle (2000, p. 113):



Antes de qualquer coisa, os meios de comunicação procuram lucro: A mídia comercial se baseia na lei de mercado em que tudo se vende e tudo se compra. Para atingir seus objetivos, os empresários da informação, se empenham em atender as necessidades de seus “clientes”, eles buscam, acima de tudo, agradar e seduzir. O mercado é isto o que funciona. Quanto a concorrência entre as empresas de mídia, a última palavra sobre a compra de seus produtos sempre será destinada aos clientes. Que ganhe o melhor! Este é o ditado popular².”

Considerações finais

As experiências dos usuários e os conteúdos gerados vêm tornando a comunicação mais reflexiva e aberta, sendo inegável a construção de uma *inteligência coletiva* em rede. A informação continua com seu valor ideológico e cultural, mas o peso da opinião individual acende a cada dia a possibilidade da mobilização entre os conectados. O que, se não é suficiente para derrubar uma lei, é, no mínimo, objeto de estudo acadêmico.

Outro aspecto importante a ser ressaltado é que o gratuito está se tornando uma característica eminente das trocas de dados entre os usuários de plataformas multimídia, potencializando, desta maneira, o compartilhamento das informações e, o que se percebe empiricamente, é que já está bastante arraigado nos valores da sociedade contemporânea.

Assim, suscitar a reflexão sobre a necessidade da prática de leis contra a pirataria, entre outros aspectos, reforça a tese de que já estamos na era da sociedade interativa, devendo levar em consideração que, agora, em muitos casos, não é mais o poder

de compra que determina quem terá acesso ao produto em rede, mas sim quantos milhões de pessoas irão disponibilizar o produto multimídia sem pagá-lo. É o que reforça o quão é antagônica a determinação dos parlamentos dos Estados Nacionais em criar leis contra a disseminação da informação multimídia trazendo, também, como consequência, a discussão e a óbvia constatação de que a propriedade intelectual e as informações podem ser distribuídas por um indivíduo a vários grupos ao redor do planeta e reproduzidas infinitamente. Assim, uma lei seria suficiente para barrar esta “distribuição”? Ao que parece, até o presente instante, não. ●

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Cris. O futuro é grátis. *Galileu*, São Paulo, n. 215, p. 9, jun 2009.
- BALLE, Francis. *Les Médias*. Paris: Flammarion, 2000.
- BSA. *Business Software Alliance*. 2010. Disponível em: <http://portal.bsa.org/globalpiracy2010/downloads/study_pdf/2010_BSA_Piracy_Study-Standard.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2011.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Vol. 1, São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTRO, Gisela. “Não é propriamente um crime”: considerações sobre pirataria e consumo de música digital. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 4, p. 73-88, 2007.
- CETIC. Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação. Disponível em: <<http://www.cetic.br/>>. Acesso em: 10 jun. 2009.
- DELOITTE. *O futuro da mídia: as conexões de um mundo cada vez mais complexo*. 2009. Disponível em: <<http://www.deloitte.com/dtt/cda/doc/content/Mundo%20Corporativo%2024%20-%20final.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2009.
- DERTOUZOS, Michael. *O que será: como o novo mundo das mídias transformará nossas vidas*. São Paulo: Cia das Letras, 1997.
- GOHN, M. G. Marcondes. *Mídia, Terceiro setor e MST: impacto sobre o futuro das cidades e do campo*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- GOOGLE DOCS. *Site de programas gratuitos*. 2012. Disponível em: <<http://www.google.com/docs>>. Acesso em: 25 maio 2012.

- HUAWEI. *Balanço Huawei da Banda Larga 2011*. 2011. Disponível em: <<http://www.huawei.com/mng/ptla/dl?f=684>>. Acesso em: 25 maio 2012.
- IDC. 2009. Disponível em: <http://www.idclatin.com/news.asp?ctr=bra&year=2009&id_release=1507>. Acesso em: 10 jun. 2009.
- LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Ed. 34, 1997.
- LOPES, Áurea. Sim, nos podemos. *A Rede*, São Paulo, ano 5, n. 48, pp. 10-14, jun 2009.
- MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.
- MARQUES, Jorge. Países com maior tráfego de arquivos ilegais. *Infoescravo*, São Paulo, 15 maio, 2007. Disponível em: <<http://teteraconsultoria.com.br/blog/paises-com-maior-trafego-de-arquivos-ilegais-ou-piratas/>>. Acesso em: 24 set. 2011.
- MASON, Matt. *The Pirate's Dilemma: How Youth Culture Is Reinventing Capitalism*. New York: Free Press, 2008.
- NOGUEIRA JR., Dario de Azevedo. *L'Interférence des mouvements sociaux dans l'ordre du jour des médias: le cas du mouvement des sans terre au Brésil entre avril 1996 et avril 1997*. 2003. Tese Universidade Paris II. Paris. 2003.
- PALCO, Principal. *Combate a pirataria nos E.U.A. – um exemplo a seguir*. 2007. Disponível em: <http://palcoprincipal.com.br/noticias/Noticia/combate_a_pirataria_nos_e_u_a_um_exemplo_a_seguir_1/000221>. Acesso em: 16 de mar. 2012.
- RHEINGOLD, Howard. *Smart Mobs: the next social revolution*. E.U.A.: Basic Books, 2003.
- TOURAINÉ, Alain. *Podremos vivir juntos?* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1997.
- VIANNA, Túlio Lima. A Ideologia da Propriedade Intelectual: a inconstitucionalidade da tutela penal dos direitos patrimoniais de autor. In: *Anuario de Derecho Constitucional Latinoamericano*, Tomo II, Uruguay: Mastergraf, pp. 933-948, 2006.
- WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1987.

NOTAS

¹ O texto da lei foi aprovado pelo Senado francês em 13 de maio de 2009 e, em junho deste mesmo ano, o Conselho Constitucional Francês, órgão jurídico mais elevado da França, derrubou a proposição de desconexão para usuários que fossem pegos baixando conteúdos protegidos por direitos autorais.

² Traduzido do original, pelo autor.